Cycle Innovation & Connaissance
15° petit déjeuner
Mardi 19 février 2013

L'innovation par les usages, source de création de valeur pour l'entreprise ? Mode d'emploi

Pr Jonas HOFFMANN,
SKEMA BS

skema BUSINESS SCHOOL

EFMD EQUIS ACCREDITED

skema ALUMNI

Agenda

- Définitions
  - Innovation
  - Usages
- Innovation par les Usages
  - Méthodes et Outils
  - Ecoute client
  - CAUTIC®

Définitions

Innovation

Usages

Innovation, de quoi parlons nous?

- R&D → R – I – D
- Innovation de l'offre vs innovation de processus vs innovation de business model
- Trois moments dans la démarche d'innovation

Définitions

Innovation

Usages

Les usages

Problématique de l'appropriation des objets techniques

- Premiers études dans les années 70 sur le Minitel; contexte techno-push

Principe: pour l'utilisateur, toute innovation arrive dans un contexte.

L'utilisateur :

- utilise déjà des **techniques** qui lui sont coutumières
- a des **pratiques** quotidiennes existantes
- a une **identité** privée et professionnelle
- est situé dans un **environnement** privé, professionnel et/ou industriel.

Les significations d'usage

C 'est sur ces 4 niveaux

techniques
pratiques
identité
environnement

que se construisent
les **significations d'usage** d'une innovation
pour l'utilisateur.

- **significations que l'utilisateur attribue dans son propre système de valeurs à l'innovation qui lui est proposée.**

Innovation par les Usages

Comment fait-on?

Innovation par les Usages

Méthodes & Outils orienté usages

- Ecoute client
- Observation
- Analyse ergonomique
- Analyse de panels (réclamations, etc.)
- Créativité

- Développement de concept
- Scénarisation des Usages
- Test d'acceptabilité de concept – CAUTIC®

- Audit CAUTIC®
- Kano
- Trade-off
- Ergonomie
- Marketing

Explorer

Identifier

Elaborer

Evaluer

Valider

Développer

Innovation par les Usages

Méthodes & Outils orienté usages

- Ecoute client
- Observation
- Analyse ergonomique
- Analyse de panels (réclamations, etc.)
- Créativité

- Développement de concept
- Scénarisation des Usages
- Test d'acceptabilité de concept – CAUTIC®

- Audit CAUTIC®
- Kano
- Trade-off
- Ergonomie
- Marketing

Explorer

Identifier

Elaborer

Evaluer

Valider

Développer

Ecoute client

Au préalable:

- L’écoute client au sens « usages » est bien plus qu’un entretien client au sens ‘six sigma’ ou pour cocher une case dans les KPI !
- On ne vas pas chez le client pour demander son avis sur une offre ou une idée, on cherche à découvrir ses difficultés (au sens large: produit / service)
- Difficultés:
  - Observées
  - Exprimées
  - Sous-jacentes
  - Hypothèses de problématiques

Innovation par les Usages

Méthodes & Outils orienté usages

- Ecoute client
- Observation
- Analyse ergonomique
- Analyse de panels (réclamations, etc.)
- Créativité

- Développement de concept
- Scénarisation des Usages
- Test d'acceptabilité de concept – CAUTIC®

- Audit CAUTIC®
- Kano
- Trade-off
- Ergonomie
- Marketing

Explorer

Identifier

Elaborer

Evaluer

Valider

Développer

CAUTIC®

- La méthode CAUTIC explique pourquoi et comment les utilisateurs vont accepter ou pas, l'innovation dans leur vie quotidienne.

  Elle analyse le comportement des individus confrontés à une innovation et au changement :

  - en déterminant les **significations d'usage** attribuées par les utilisateurs à l'innovation qui leur est proposé.
  - en positionnant les différents **profils d'identités** des utilisateurs à l'égard de l'innovation et du changement.

CAUTIC®

Les 4 niveaux Cautic®

1. L'assimilation de l'innovation aux savoir-faire de l'utilisateur (5 critères)
2. L'intégration de l'innovation dans les pratiques courantes de l'utilisateur (5 critères)
3. L'appropriation de l'innovation à l'identité professionnelle ou privé de l'utilisateur (5 critères)
4. L'adaptation de l'innovation à l'environnement professionnel ou social de l'utilisateur (5 critères)

Ex: solution pour hôpitaux

Les profils CAUTIC®

4 grands profils face à l'innovation et au changement

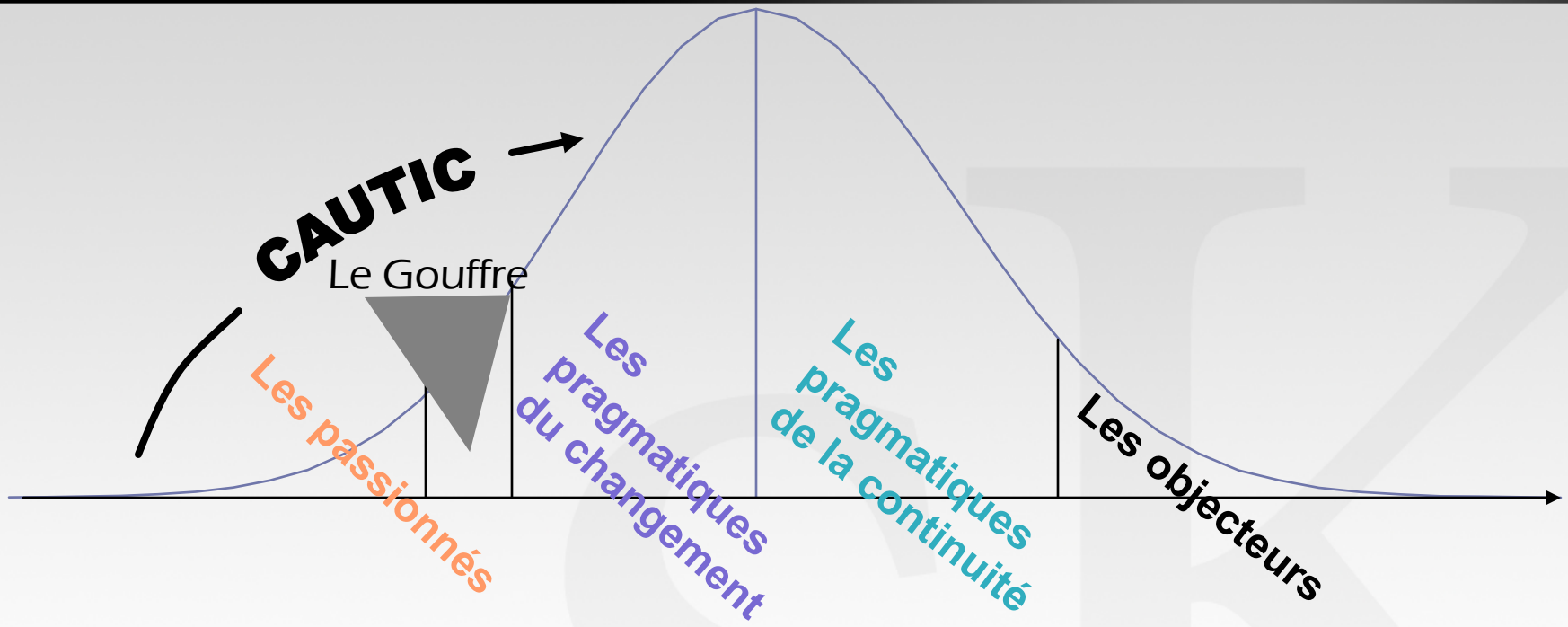
- **Les passionnés :** visionnaires, faiseurs de mode, prise de risque maximale, changement permanent, utopie.

- **Les pragmatiques du changement :** opportunisme, recherche d'efficacité maximale, ruptures acceptées, risques gérés, négociation.

- **Les pragmatiques de la continuité :** attentisme, souci d'efficacité, normalisateurs, utilité de gestionnaire, risques faibles acceptés.

- **Les objecteurs :** conformité et inertie, ancrage dans la tradition, peur du changement, refus du risque.

Une passerelle au dessus du gouffre



Si un produit ou in service ne convainc que les passionnés « gadgétivores » et « visionnaires », il y a de fortes chances pour que sa courbe de vie soit brève : il finira rapidement dans un gouffre où disparaissent 80 % des innovations, faute de trouver un sens pour la grande masse des utilisateurs : les pragmatiques.

Examples

- New product for the Chinese market
- Electrolux - Green Kitchen
- GE – Industrial Internet

En synthèse

- Appréhender les usages est centrale dans l'innovation
- Cette intégration se fait à l'aide de méthodes et outils
- Les usages sont à la base des approches par les Lead-Users, l'innovation collaborative, le co-développement

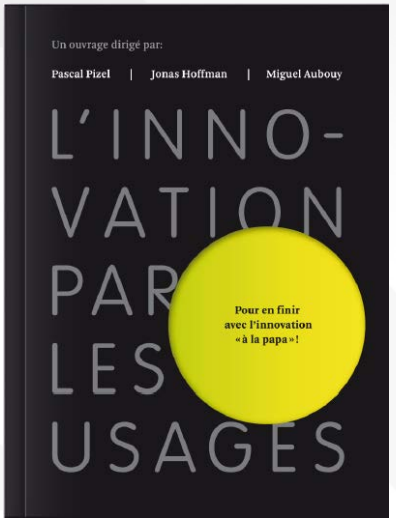
Pour aller plus loin

Ouvrages

- « Les Business Models du Futur » avec C. Sempels (Pearson)
- « L'innovation par les usages » (ouvrage collectif - à paraître en 2013)

- E-mail: jonas.hoffmann@skema.edu

Management en action
LES BUSINESS MODELS DU FUTUR
De nouveaux ressorts de compétitivité
CRÉER DE LA VALEUR DANS UN MONDE AUX RESSOURCES LIMITÉES
Christophe Sempels
Jonas Hoffmann
PEARSON


Un ouvrage dirigé par:
Pascal Pizel | Jonas Hoffman | Miguel Aubouy
L'INNO-VATION PAR LES USAGES
Pour en finir avec l'innovation «à la papa»!